

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri yang menghasilkan devisa dan menjadi pemasukan yang tinggi bagi negara-negara di dunia. Prospek pariwisata sangat menjanjikan untuk masa yang akan datang bagi negara-negara di dunia. Berdasarkan data pada tahun 2015 yang didapat dari *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), terdapat 1.184 juta wisatawan internasional dengan pendapatan US\$ 1.232 milyar.

Berdasarkan data yang didapat dari *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) mengenai *International Tourist Arrivals* pada tahun 2015, *Asia and The Pacific* berada di peringkat kedua dengan jumlah kedatangan 278,6 juta wisatawan, mengalahkan *Americas, Africa, dan Middle East*. Namun, masih berada jauh di bawah *Europe* yang memiliki jumlah kedatangan 607,6 juta wisatawan.

*Asia and The Pasific* masih berada jauh di bawah *Europe*, namun hal ini tidak berarti buruk bagi *Asia and The Pasific*. *Asia and The Pasific* masih dapat meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan internasionalnya, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya wisatawan internasional setiap tahunnya dari tahun 2010 hingga 2015. Pada tahun 2010 terdapat 204 juta wisatawan, tahun 2011 terdapat 217 juta wisatawan, pada tahun 2012 terdapat 234 juta wisatawan, tahun 2013 terdapat 248 juta wisatawan, tahun 2014 terdapat 263 juta wisatawan, dan tahun 2015 terdapat 278,6 juta wisatawan. *Asia and The Pasific* menunjukkan peningkatan sebesar 15,6 juta wisatawan atau 5% pada tahun 2015. Hal itu tentu saja merupakan hal positif bagi pengembangan pariwisata di daerah Asia. Dalam pengembangan pariwisata, dibutuhkan inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pelaku bisnis pariwisata agar dapat menarik banyak minat wisata ke Asia.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak potensi wisata. Banyaknya potensi wisata tersebut, Indonesia mampu menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia mengalami kenaikan dari tahun 2014 dengan jumlah 9,4 juta wisatawan menjadi 10,4 juta wisatawan pada tahun 2015. Selain itu, Indonesia juga menjadi salah satu negara yang berada di sepuluh besar negara di Asia dengan tingkat kedatangan wisatawan terbanyak. Salah satu potensi wisata di Indonesia adalah wisata olahraganya. Indonesia adalah salah satu negara yang masih mengembangkan wisata olahraga, meski wisata olahraga di Indonesia belum sebanyak dan seberkembang wisata olahraga di luar negeri.

Perkembangan wisata olahraga di Indonesia sebenarnya sudah dilakukan sejak lama. Pada tahun 1962, Indonesia menjadi tuan rumah dalam *Asia Games* dan pada tahun yang sama juga, Presiden Soekarno mendirikan pesta olahraga bagi negara-negara berkembang dengan sebutan *Games of the New Emerging Force* (Ganefo) untuk menandingi Olimpiade. Dari fakta tersebut, jelas bahwa Indonesia sudah menganggap penting wisata olahraga walaupun pada saat itu acara tersebut dikaitkan dengan politik dan bukan pariwisata.

Provinsi-provinsi di Indonesia memiliki potensi wisata olahraga, karena kekayaan alam Indonesia seperti gunung dan pantai yang bisa dikembangkan ke arah wisata olahraga. Terdapat dua klasifikasi pada wisata olahraga menurut *Gammon and Robinson, 2003* yaitu *Hard* dan *Soft Sport Tourism*. Kata "*hard*" disini mengacu kepada kuantitas dari orang yang berpartisipasi pada tersebut, seperti *Olympic* dan *FIFA World Cup*, sedangkan kata "*soft*" disini mengacu kepada wisatawan yang melakukan perjalanan untuk berpartisipasi dalam sebuah acara olahraga seperti *hiking* dan *skiing*. Salah satu pulau yang memiliki banyak potensi dan minat dalam wisata olahraga adalah pulau Jawa. Di pulau Jawa terdapat banyak tempat wisata olahraga seperti gunung untuk *hiking* dan *tracking*, sungai untuk *rafting* dan masih banyak lagi.

Wisata olahraga di Bandung sudah banyak dikembangkan, selain olahraga *outdoor* seperti *hiking*, *running*, *rafting* dan *tracking*, olahraga *indoor* seperti tennis, boling dan biliard pun sudah banyak disediakan di Bandung. Salah

satunya adalah olahraga biliar yang kurang lebih sudah terdapat enam tempat biliar.

Biliar adalah sebuah cabang olahraga yang masuk kedalam kategori cabang olahraga konsentrasi, sehingga sangat dibutuhkan ketahanan dan pemahaman mental yang benar serta harus ditunjang oleh kemampuan fisik yang prima agar mampu berprestasi lebih tinggi dan stabil. Cabang olahraga ini dimainkan di atas meja yang memiliki 6 lubang di setiap sisi dan dengan peralatan bantu khusus seperti stik serta peraturan tersendiri. Olahraga ini juga banyak diminati karena tidak menguras banyak tenaga dan harga yang terjangkau, dengan masuknya cabang olahraga biliar ke ajang Pekan Olahraga Nasional menjadi satu tanda bahwa olahraga yang awalnya adalah olahraga rekreasi ini menjadi olahraga prestasi dan dianggap sebagai olahraga yang sudah mulai diperhitungkan. Berikut adalah daftar tempat biliar yang ada di Bandung.

**TABEL 1.1**  
**DAFTAR TEMPAT BILIAR DI BANDUNG**

NO.	NAMA	LOKASI
1.	Hang Out Pool and Lounge Bandung	Jl. Dr. Djunjunan no. 126-128 Bandung Utara, Cicendo
2.	Shooter Billiard Bandung	Jl. Ir. H. Juanda no. 3 Bandung Utara, Coblong
3.	Barcode Pool Tables Bandung	Jl. Aceh 66 Bandung
4.	Metro Bilyard Bandung	Jl. M. Toha no. 39 Bandung Timur, Ujung Berung
5.	Exclusive Bandung Billiard	Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 27 Kota Bandung, Jawa Barat
6.	Vision Pool Billiard Bandung	Jl. Dalem Kaum 132 F, Balong Gede, Regol Kota Bandung

Sumber: Modifikasi belajarbilliard.com, 2016.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat di lihat bahwa terdapat kurang lebih enam tempat bermain biliar di Bandung. Salah satunya adalah Barcode Pool Tables Bandung ini sudah berdiri sejak tahun 2002. Barcode Pool Tables ini juga adalah salah satu dari enam tempat biliar yang banyak digemari di kota Bandung. Barcode Pool and Biliar ini menyediakan fasilitas seperti kurang lebih 24 meja biliar, 96 stik biliar, caffe, dan menyediakan juga tempat pembelian alat-alat biliar

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

**PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seperti stik, sarung tangan dan *chalk*. Barcode Pool Tables tidak jauh berbeda dengan tempat bermain biliar lain seperti yang disebutkan dalam Tabel 1.1 di atas, namun Barcode Pool Tables jelas memiliki konsep desain interior yang berbeda dari tempat biliar lain. Selain itu, Barcode Pool Tables memiliki tempat yang lebih strategis karena berada di tengah kota Bandung.

Barcode Pool Tables ini juga merupakan salah satu tempat biliar unggulan di kota Bandung, terbukti dengan banyaknya jumlah partisipan yang datang berkunjung ke Barcode Pool Tables, namun peningkatan kunjungan tersebut hanya bertahan beberapa tahun dan mengalami penurunan pada tahun-tahun berikutnya. Hal ini disebabkan semakin meningkatnya persaingan antara industri pariwisata terutama wisata olahraga konsentrasi yang ada di Indonesia khususnya di kota Bandung. Peningkatan dan penurunan jumlah wisatawan tersebut dapat dilihat dari jumlah partisipan yang berkunjung ke Barcode Pool Tables.

**TABLE 1.2**  
**DATA KUNJUNGAN PARTISIPAN DI BARCODE POOL TABLES**

<b>Tahun</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Jumlah Partisipan</b>	14.374	14.978	15.963	15.927	15.049
<b>Presentase (%)</b>	-	4,20%	6,58%	-1%	-5,51%

Sumber: Modifikasi Barcode Pool Tables, 2016

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa jumlah partisipan yang datang ke Barcode Pool Tables mengalami fluktuasi dari tahun 2011 hingga tahun 2013. Kenaikan yang cukup signifikan terlihat pada tahun 2013 yang mencapai 6,58% dari tahun 2012. Pada tahun 2012 terjadi kenaikan yang cukup tinggi yaitu 4,20%. Namun, pada tahun 2014 tingkat kunjungan ke Barcode Pool Tables tidak setinggi tahun-tahun sebelumnya dan menurun sebesar 1% dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2015 tingkat kunjungan di Barcode Pool Tables mengalami penurunan hingga 5,51%.

Penurunan yang terjadi pada tingkat kunjungan di Barcode Pool Tables dimulai pada tahun 2014. Pada tahun 2014 terjadi penurunan 1% atau berkurang sekitar 36 partisipan dari tahun 2013, dan pada tahun 2015 terjadi penurunan 5,51% atau berkurang sekitar 878 partisipan. Penurunan tingkat kunjungan ini

tidak bisa dianggap hal kecil karena dapat berdampak besar jika dibiarkan. Semakin tingginya pertumbuhan wisata olahraga khususnya tempat biliar di Bandung bukan suatu jaminan tingkat loyalitas wisatawan untuk bermain biliar semakin tinggi. Penurunan tingkat kunjungan ini bisa disebabkan oleh banyaknya pesaing-pesaing tempat bermain biliar lain di daerah Bandung ataupun pesaing-pesaing dalam bidang wisata olahraga lainnya seperti Bowling dan Squash yang mulai banyak diminati.

Menurunnya tingkat kunjungan ke Barcode Pool Tables dapat disebabkan oleh banyak hal, salah satunya adalah kurang puasnya partisipan ataupun tidak puasnya partisipan dengan pelayanan yang diberikan oleh Barcode Pool Tables. *Satisfaction* atau kepuasan adalah tanggapan atau evaluasi seseorang atau konsumen terhadap hasil perbandingan kinerja produk atau pelayanan dengan harapan. Oleh karena itu, dilakukan pra penelitian guna mengetahui bagaimana kepuasan partisipan Barcode Pool Tables. Berikut adalah hasil tinjauan mengenai penilaian partisipan di Barcode Pool Tables melalui media *Google review*.

**TABLE 1.3**  
**REVIEW PARTISIPAN BARCODE POOL TABLES DI GOOGLE REVIEW**

<b>Partisipan</b>	<b>Komen / Review</b>
Jery Matheus (4 Bintang)	Tablennya ok, tp antar posisi table terlalu sempit. Kurang leluasa saat bermain
Aryo Wicaksono (3 Bintang)	Table bagus tapi sempit
Marcellinus Chrisnada Putra	A bit expensive. Comfy place. Nice employee. Cue sticks and tables are in good condition
Kemas Rahman (5 Bintang)	Nyaman. Sore murah, malam mahal, fasilitas lumayan. Adem.
Indra Setiawan (2 Bintang)	Nyaman tapi harga agak lebih mahal dari tempat yang lain.
Revi Noer (1 Bintang)	AC nya kurang dingin, sempit sih.
Mimi Zein (3 Bintang)	Tempatnya oke, tapi agak terlalu berdekatan antar mejanya.

Sumber: Google Review Barcode Pool Tables, 2017

Table 1.3 di atas menjabarkan mengenai komentar partisipan yang telah datang ke Barcode Pool Tables. Kesepuluh komentar di atas menyebutkan bahwa bermain biliar di Barcode Pool Tables nyaman namun memiliki beberapa kendala yang membuat partisipan tidak bisa sepenuhnya puas dan memberikan rate lima

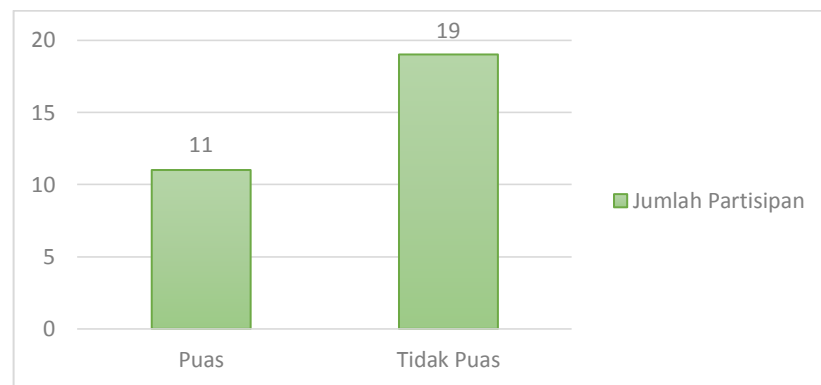
Galih Nurul Rahmadiana, 2017

**PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bintang. Rata-rata dari partisipan menyebutkan bahwa meja biliar yang terlalu berdekatan membuat partisipan kurang puas dan juga harga yang ditawarkan oleh Barcode Pool Tables yang terbilang cukup mahal membuat partisipan tidak memberikan rate lima bintang. Aryo Wicaksono menyebutkan dalam reviewnya bahwa table di Barcode Pool Table memiliki kualitas yang bagus, namun sempit yang artinya saudara Aryo Wicaksono merasa kurang puas dan memberikan rate tiga bintang. Dari 29 ulasan di Google hanya terdapat 7 ulasan yang disertai dengan komentar sedangkan ulasan yang lainnya hanya memberikan bintang. Terdapat 3 partisipan yang memberikan bintang 1, 5 partisipan memberikan bintang 2, 10 partisipan memberikan bintang 3, 6 partisipan memberikan bintang 4, dan 5 partisipan memberikan bintang 5. Berdasarkan hasil google review menyebutkan bahwa bintang secara keseluruhan dari Barcode Pool Tables 3,3 bintang. Oleh karena itu, dilakukan pra penelitian guna mengetahui bagaimana kepuasan partisipan Barcode Pool Tables

Pra penelitian dilakukan pada tanggal 01 November 2016. Pra penelitian dilakukan dengan cara wawancara secara langsung kepada 30 partisipan Barcode Pool Tables. Dari hasil pra-penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil seperti terlihat pada Gambar 1.2 berikut ini.



Sumber: Hasil pengolahan data, 2016

**GAMBAR 1.1**  
**HASIL PRA PENELITIAN KEPUASAN PENGUNJUNG BARCODE POOL TABLES**

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, terlihat bahwa terdapat 11 responden dari 30 responden atau sebesar 37% responden yang menyatakan bahwa mereka puas

akan Barcode Pool Tables. Sedangkan 19 responden yang lainnya atau sebesar 63% responden menyatakan bahwa mereka merasa tidak puas dengan Barcode Pool Tables. Adapun ketidakpuasan tersebut timbul karena beberapa faktor. Salah satu faktor ketidakpuasan tersebut adalah kenyamanan saat bermain biliar. Karena tempat yang terbatas membuat meja-meja biliar yang terdapat di Barcode Pool Tables menjadi berdekatan, harga yang terbilang cukup mahal dibandingkan dengan tempat bermain biliar yang setara dengan Barcode Pool Tables, dan keadaan toilet yang kurang bersih karena digunakan bukan hanya untuk partisipan Barcode Pool Tables namun untuk partisipan bowling dan pengunjung Eat Boss Cafe. Pihak pengelola juga menjabarkan terjadi beberapa komplain kepada pelayan Barcode Pool Tables, diantaranya komplain mengenai tempat tata letak meja yang terlalu berdekatan membuat partisipan merasa terganggu karena khawatir akan bersenggolan dengan partisipan lainnya. Hal tersebut menjadi salah satu faktor ketidakpuasan partisipan yang bermain biliar di Barcode Pool Tables.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola Barcode Pool Tables, dipaparkan bahwa salah satu cara memberikan kepuasan kepada partisipan yang bermain biliar di Barcode Pool Tables yaitu dengan menciptakan strategi-strategi yang dibuat oleh pihak pengelola sebagai berikut:

**TABLE 1.4**  
**STRATEGI PEMASARAN BARCODE POOL TABLES**

No.	Strategi
1.	Diskon 10% untuk setiap partisipan yang masih berstatus pelajar atau mahasiswa dengan menunjukkan kartu pelajar atau kartu mahasiswa aktif.
2.	Diskon 20% penyewaan meja biliar dan diskon 15% coffee untuk setiap partisipan yang mempunyai kartu member Barcode Pool Tables.
3.	Mengadakan <i>event</i> setiap hari jumat, untuk setiap pelajar, minimal menengah pertama dan maksimal menengah atas.
4.	Setiap isi ulang saldo member senilai Rp 350.000,- mendapatkan tambahan saldo Rp 50.000,-

Sumber: Modifikasi Barcode Pool Tables, 2016

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, dapat dilihat bahwa strategi yang dilakukan oleh Barcode Pool Tables antara lain memberikan diskon untuk partisipan yang masih berstatus pelajar dengan menunjukkan kartu pelajar atau kartu mahasiswa aktif. Barcode Pool Tables juga memiliki program member yang dapat digunakan

untuk mendapatkan diskon meja biliar dan *caffe*, selain itu jika memiliki kartu member, partisipan akan mendapatkan benefit lain yaitu partisipan mendapatkan tambahan saldo senilai Rp 50.000,- setiap pembelian saldo Rp. 350.000,-. Barcode Pool Tables juga selalu mengadakan *event* yang ditujukan kepada para pelajar maksimal menengah atas atau sederajat dan minimal menengah pertama.

Strategi yang dimiliki Barcode Pool Tables sebenarnya sudah cukup efektif jika dilihat dari tingkat kunjungan yang relatif tinggi walaupun mengalami penurunan. Namun pada tingkat kepuasan, lebih dari 50% partisipan yang sudah berkunjung merasa tidak puas, hal ini disebabkan oleh pelayanan yang diberikan oleh Barcode Pool Tables. Uysal (2003) menyebutkan:

*“The quality of services and facilities and perceived values have a direct effect on the quality of travel, tourism experience and visitors’ demand levels in the future and the possibility of them returning to a certain destination depends on tourists’ satisfaction level.”*

Artinya bahwa kualitas layanan dan fasilitas (*perceived quality*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) memiliki efek langsung terhadap kualitas perjalanan, pengalaman wisata dan tingkat permintaan pengunjung di masa depan dan kemungkinan mereka kembali ke tempat tujuan tertentu tergantung pada tingkat kepuasan wisatawan (*customer satisfaction*). *Perceived quality* dan *perceive value* dianggap penting karena ketika seorang konsumen memilih produk atau jasa yang akan digunakan, mereka akan melihat kualitas dan nilai dari produk mana yang cocok dengan kualitas dan nilai yang mereka harapkan. Orang akan bersikap rasional sesuai dengan kualitas dan nilai yang menurut mereka akan bisa memenuhi kebutuhan mereka. Maka perlu adanya peningkatan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) oleh partisipan di Barcode Pool Tables guna meningkatkan kembali kepuasan partisipan yang datang.

*Perceived quality* menurut Zeithaml dalam Kwak (2009:88) menyebutkan terdapat lima dimensi *perceived quality* yaitu *tangibles*, *empathy*, *reliability*,

Galih Nurul Rahmadiana, 2017

**PENGARUH PERCEIVED QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI BARCODE POOL TABLES BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



*responsiveness* dan *assurance* yang di implementasikan pada Barcode Pool Tables dengan penciptaan suasana biliar yang modern berbeda dengan tempat biliar yang terkenal atau identik dengan dunia malam, memberikan pelayanan pada partisipan dengan menyetel ulang meja biliar yang digunakan ketika permainan sudah berakhir yang bertujuan agar partisipan merasa spesial, membekali setiap karyawan dengan pengetahuan mengenai biliar dan juga pelatihan-pelatihan bagi karyawan Barcode Pool Tables, memberikan pelayanan yang prima dan cepat tanggap ketika partisipan datang hingga partisipan pulang, membekali karyawan kemampuan, pengetahuan, sopan santun agar partisipan merasa aman, nyaman serta terjamin ketika bermain biliar di Barcode Pool Tables.

*Perceived value* menurut Chen dan Chen's dalam Jalilvand (2014) menyebutkan dimensi dari *perceived value* adalah *social*, *emotional* dan *functional* yang diimplementasikan oleh Barcode Pool Tables dengan menjadikan Barcode Pool Tables tempat bermain biliar yang bergengsi, dan bukan tempat hiburan malam, menyediakan cafe, kursi-kursi nyaman agar ketika bermain biliar partisipan dapat merasa lebih santai dan nyaman, dan memberikan fasilitas meja, stik biliar, chalk serta souvenir shop untuk mendukung kelengkapan bermain biliar di Barcode Pool Tables.

Kedua komponen yang terdiri dari kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) dan nilai yang dirasakan (*perceived value*) diharapkan mampu memberikan dan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh partisipan di Barcode Pool Tables. Sehingga akan ada suatu rekomendasi yang baik dari partisipan kepada orang lain yang belum pernah datang ke Barcode Pool Tables. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Perceived Quality* dan *Perceived Value* Terhadap *Customer Satisfaction* di Barcode Pool Tables.”**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya penulis membuat batasan masalah yang akan dikaji ada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana gambaran mengenai *Perceived Quality* di Barcode Pool Tables.
- 1.2.2. Bagaimana gambaran mengenai *Perceived Value* di Barcode Pool Tables.
- 1.2.3. Bagaimana gambaran mengenai *Customer Satisfaction* di Barcode Pool Tables.
- 1.2.4. Bagaimana gambaran mengenai pengaruh *Perceived Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Barcode Pool Tables.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *Perceived Quality* di Barcode Pool Tables.
- 1.3.2. Untuk memperoleh gambaran mengenai *Perceived Value* di Barcode Pool Tables.
- 1.3.3. Untuk memperoleh gambaran mengenai *Customer Satisfaction* di Barcode Pool Tables.
- 1.3.4. Untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh *Perceived Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction* di Barcode Pool Tables.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan:

- 1.4.1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini akan bermanfaat dalam pengembangan ilmu dan penelitian dalam bidang disiplin ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya pengembangan wawasan tentang *Perceived Quality*, *Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* serta memberikan masukan bagi peneliti

dalam mengembangkan wawasan manajemen pemasaran pariwisata olahraga.

#### 1.4.2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Barcode Pool Tables yaitu:

- 1.4.2.1. Meningkatkan *Customer Satisfaction* melalui *Perceived Quality* dan *Perceived Value* sehingga dapat dijadikan sebagai informasi upaya menjadikan sebagai wisata olahraga konsentrasi ataupun olahraga permainan yang menjadi pilihan wisatawan.
- 1.4.2.2. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai masukan kepada pihak-pihak lain terutama Barcode Pool Tables agar dapat mengembangkan *Perceived Quality* dan *Perceived Value* yang dimilikinya untuk meningkatkan *Customer Satisfaction*.